

TRANSFORMAÇÃO DO MODO DE PRODUÇÃO AGRÍCOLA E O PAPEL DAS CESTAS DE PRODUTOS ORGÂNICOS E AGROECOLÓGICOS: UMA PROPOSTA DE TIPOLOGIA

TRANSFORMATION OF THE AGRICULTURAL PRODUCTION MODE AND THE ROLE OF BASKETS OF ORGANIC AND AGRICULTURAL PRODUCTS: A TYPOLOGY PROPOSAL

TRANSFORMACIÓN DEL MODO DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y EL PAPEL DE LAS CESTAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y AGRÍCOLAS: UNA PROPUESTA DE TIPOLOGÍA

Felipe ADDOR¹

Layssa Ramos Maia de ALMEIDA²

Resumo: O modo de vida e produção no campo brasileiro está profundamente marcado pelas consequências da implantação da Revolução Verde, a partir da segunda metade do século XX. Os trabalhadores rurais tiveram suas ferramentas de trabalho, seus saberes e práticas expropriados para abrir espaço para um sistema que gera dependência tanto na produção, por meio da exigência do uso de agrotóxicos e sementes transgênicas, quanto na comercialização, por meio da figura dos atravessadores, afastando-os do diálogo com os consumidores. Nos últimos anos, têm surgido diversas experiências que buscam construir alternativas a esse modo de produção agrícola estabelecido, reforçando, principalmente, o papel da agroecologia e de outras formas de comercialização capazes de retomar o vínculo entre campo e cidade. Neste artigo, resgatamos brevemente o processo de desenvolvimento dessas condições no campo brasileiro, para, em seguida, discutir o papel da estratégia de comercialização de cestas de produtos orgânicos no Rio de Janeiro como caminho para transformação do modelo de produção e comercialização de produtos agrícolas. A partir da criação de uma tipologia dessas organizações, procuramos destacar o papel daquelas que promovem, por meio desse instrumento, a formação técnica e política dos trabalhadores rurais no sentido da transformação de sua realidade.

Palavras-Chave: modo de produção rural; agroecologia; comercialização; formação; trabalhadores rurais

¹ Docente do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia para o Desenvolvimento Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGTDS/UFRJ). Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Email: felipe@nides.ufrj.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9419-0487>

² Pesquisadora Extensionista do Núcleo de Solidariedade Técnica (Soltec/UFRJ). Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Email: layssarma@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4410-7056>
<http://doi.org/10.36311/1519-0110.2021.v22n1.p111>

INTRODUÇÃO

A problemática do modelo de produção no meio rural está cada dia mais presente nos debates políticos. Se a partir das décadas de 1960 e 1970 foi se estabelecendo como modelo hegemônico os parâmetros difundidos pela denominada Revolução Verde, os seus impactos sobre a natureza e sobre a qualidade de vida dos trabalhadores rurais e dos consumidores vêm gerando uma reação cada vez mais forte em diferentes lugares do mundo. As mazelas desse modelo foram se acentuando com o uso cada vez mais intensivo de agrotóxicos e produtos transgênicos, que resultam em sérios problemas à saúde dos trabalhadores e consumidores e torna ainda mais destruidora sua relação com a natureza. Organizações, movimentos sociais e trabalhadores vêm pautando a necessidade de se propor alternativas produtivas que sirvam ao bem-estar desses grupos, e que proponham uma atividade produtiva menos degradante e promotora de relações sociais mais saudáveis.

Em paralelo a isso, a tendência oligopolizante do sistema capitalista atual atingiu fortemente a cadeia produtiva dos alimentos, principalmente na etapa de comercialização. As práticas antigamente comuns de compra de produtos de pequenas lojas ou até direto do produtor por meio de feiras foram sendo engolidas por um processo de concentração que gera um gargalo na relação entre produtor e consumidor, ambos ficando dependentes das diretrizes definidas pelas grandes empresas de venda de alimentos (supermercados). De um lado, estas remuneram os produtores com valores cada vez mais baixos, de outro lado, aumentam os preços de venda ao consumidor a seu bem entender, em função da redução dos canais de oferta de alimentos.

Nesse cenário, começa a surgir uma miríade de experiências de venda de produtos agroecológicos vindos de pequenos agricultores que buscam criar uma prática alternativa, apresentando, principalmente, duas pautas: o acesso a alimentos saudáveis; e a busca da proximidade entre produtor e consumidor.

Neste artigo, apresentamos algumas experiências de cestas de produtos orgânicos no estado do Rio de Janeiro, buscando analisar suas origens, características, pautas e de que forma contribuem para a transformação do modelo de produção e comercialização de produtos agrícolas. Com este trabalho, procuramos qualificar o debate sobre a venda de produtos orgânicos e de que forma esta atividade contribui para se construir um novo modo de produção no meio rural.

DISPUTA DO MODO DE PRODUÇÃO NO MEIO RURAL

A realidade no mundo rural brasileiro sofreu profundas mudanças nas últimas décadas. A segunda metade do século XX ficou marcada pela difusão de uma proposta de implantação de um modelo tecnológico visceralmente capitalista de exploração da mão de obra e da natureza, a Revolução Verde, com grande investimento de capital,

aumento da dependência de tecnologia importada e uso intensivo de agrotóxicos e alimentos transgênicos. Esse processo avançou junto a um grande êxodo rural, levando as famílias camponesas para as bordas das cidades, ampliando o número de pessoas nas periferias urbanas e o exército de reserva disponível.

O Estado brasileiro teve atuação importante no apoio a esse modelo, fornecendo um amplo leque de políticas públicas de apoio aos grandes latifúndios monocultores, com políticas de crédito, subsídios para produtos estratégicos, investimento em capital fixo, política de seguros e incentivos à exportação. Todo investimento público e privado para a implantação de uma lógica da exploração de todos os recursos disponíveis no meio rural, humanos e naturais tinha como objetivo desconstruir a resistência/resiliência de um território que ainda preservava algumas características (princípios, hábitos, valores, cultura) de um tempo pré-capitalista, em que nem tudo era visto como mercadoria, nem toda relação econômica era mediada pelo dinheiro, e termos como produtividade e eficiência não se sobrepunham a aspectos como o bem-estar, a dignidade e as relações pessoais.

Nos últimos anos, a entrada de agrotóxicos no país vem crescendo assustadoramente, mesmo para produtos que não são autorizados em outros países, e reforça a dependência dos agricultores, mesmo os pequenos, de pacotes tecnológicos importados para “se manter no mercado”, resultando, conforme destacam Reis, Mancio e Moreira (2021, p. 45), em “[...] agricultura subordinada às demandas da agroindústria capitalista, dependente do Estado e do mercado internacional e mantenedora de padrões de superexploração do trabalho e de destruição do meio ambiente”.

A ampla disseminação desse modelo no campo também gerou uma dificuldade cada vez maior, por parte dos pequenos agricultores, em se manter competitivos para venda de seus produtos, que dividiam as áreas produtivas com outros alimentos usados para subsistência. Essa dinâmica, como destacou Carvalho (2007, p. 2) “[...] não respeita os tempos culturais dos camponeses e tende a homogeneizar o modo de produção no campo”, obrigando os “[...] camponeses a mudarem seus referenciais de produção”, tanto para se inserirem no mercado, quanto para disseminação de novas demandas de consumo criadas pela cultura capitalista.

Esses obstáculos se somam à enorme desigualdade de distribuição de terras que reina e se acentua anualmente no Brasil. Apesar de 77% dos estabelecimentos rurais serem de pequeno porte (3,9 milhões), envolvendo cerca de 10 milhões de trabalhadores (67% do total) e produzindo em torno de 70% da alimentação consumida no país, essa produção é realizada em apenas 20% das terras produtivas (IBGE, 2017). Propriedades rurais com até 10 hectares representam metade do total de estabelecimentos e ocupam apenas 2% da área total, enquanto 1% dos proprietários de terra controla quase 50% da área rural (TRICONTINENTAL, 2020).

Interessante ressaltar que ainda que a Revolução Verde tenha dado seus primeiros passos no Brasil nas décadas de 1960 e 1970, uma crítica ao modelo tecnológico produtivista por parte dos movimentos sociais só surge a partir da década de 1990, tendo, até este momento, buscado mudanças estruturais no campo (reforma agrária), mas sem propor um modo de produção alternativo, conforme destacam Christoffoli et. al. (2021) quando analisam a trajetória das cooperativas agrárias vinculadas ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). “A perspectiva produtivista, que mimetizava a visão presente tanto nas experiências das cooperativas brasileiras, como nas experiências socialistas de então, começa a entrar em crise em todo o período da década de 1990, mas especialmente no triênio 1998-2000” (CHRISTOFFOLI et al., 2021, p.23). Reis, Mancio e Moreira (2021, p. 48) reforçam que “[...] não havia amadurecimento no que se refere às alternativas ao modelo oriundo dos pacotes tecnológicos voltados à produção com intensivo uso de insumos. A estratégia adotada era vinculada à produção de matérias-primas e de beneficiamento da produção em grandes agroindústrias”.

As mazelas sociais e ambientais causadas pelo modelo capitalista de produção no meio rural vêm alimentando a reação dos trabalhadores (AGA, 2021) e de diversas organizações (ABRAMOVAY, 2021) que buscam se mobilizar para enfrentá-las e para propor outros caminhos. Como argumenta Carvalho (2014, p.21)

Essa sacralização do agronegócio a qualquer custo, presente de forma indelével pela concepção de mundo dominante, facilitou, sobretudo, a intencionalidade e indiferença social e ambiental na exploração dos trabalhadores rurais e no uso e degradação dos recursos naturais do país.

A CONSTRUÇÃO DE UMA ALTERNATIVA: A AGROECOLOGIA

É a partir de então que começa a ser forjado uma proposta que consiga fazer frente ao modo de produção capitalista no campo, buscando subverter a dinâmica de produção monocultora com venenos em latifúndios, com grande degradação ambiental e impactos na saúde dos trabalhadores. Fica explícito que a luta no meio rural não se limitava à redistribuição de terra, é preciso disputar o modo de produção, as tecnologias utilizadas, o controle dos conhecimentos, como ressalta Caldart (2014, p. 143), “A luta dos camponeses pela terra é agora também luta por um novo ‘modelo’ de agricultura. Essa afirmação somente pode ser feita pela constatação na realidade de que existe ‘outro modelo’, ainda que seu desenvolvimento aconteça de forma subordinada”. Essa visão permite uma abordagem mais integral das lutas rurais, não se limitando à busca de condições de produção e sobrevivência, mas abarcando pautas ligadas à soberania alimentar, à preservação do meio ambiente, às condições dignas de trabalho:

[...] as contradições hoje envolvidas no confronto de lógicas de agricultura podem ajudar a impulsionar o surgimento de uma nova forma histórica de agricultura, mas integrando um processo mais amplo de superação do modo de produção capitalista ou da forma de sociedade centrada na produção de mercadorias, na exploração da mais-valia, no trabalho assalariado, na exploração da natureza (CALDART, 2014, p. 144).

Essa pauta de se pensar uma alternativa ao modelo de produção era muito carregada pelos movimentos sociais rurais, particularmente o MST, que já vinha de experiências relevantes de produção, beneficiamento e comercialização em cooperativas agrícolas. Passada a fase em que se limitava a luta apenas à conquista da terra, o movimento busca aprofundar o debate para discutir a questão do modelo produtivo e tecnológico, e daí emerge uma das principais referências atuais nessa agenda, conforme destacam Christofolli et. al. (2021, p. 21)

Entretanto, se a posse da terra por si só não representava o sucesso dessa conquista, nem o modelo hegemônico que predominava na vizinhança dos assentamentos baseado em máquinas caras, insumos químicos e outros componentes que reproduziam a revolução verde, também não contemplava a luta dessas famílias e do MST. Surge então o debate sobre a Agroecologia.

A Agroecologia emerge como um uma proposta holística que busca consolidar esse modo de produção alternativo, fazendo uma rotunda crítica às práticas ambientalmente degradantes do modelo tradicional capitalista de produção agrária, mas trazendo outros elementos considerados relevantes para se construir outra dinâmica de vida e trabalho no meio rural. É uma revisão de valores, tanto na relação entre as pessoas (substituindo a competitividade e o individualismo pela cooperação e solidariedade) quanto entre as pessoas e a natureza (deixando de ver o meio ambiente como matéria-prima a ser explorada, para vê-la como um ente a ser cuidado).

Nessa concepção, ‘a agroecologia inclui: o cuidado e defesa da vida, produção de alimentos, consciência política e organizacional’ (Via Campesina e Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, 2009). Compreende-se que seja inseparável da luta pela soberania alimentar e energética, pela defesa e recuperação de territórios, pelas reformas agrária e urbana, e pela cooperação e aliança entre os povos do campo e da cidade (GUHUR; TONÁ, 2012, p. 64).

Cabe destacar aqui uma importante diferença, no contexto recente, que se estabelece entre a produção agroecológica e orgânica. Embora ambas pressuponham o não uso de agrotóxicos durante a plantação e o manejo das culturas, segundo Granjeira (2018), a diferença central reside na forma como se organiza cada etapa da produção,

incluindo a escolha do local, o uso das sementes, a compatibilidade das culturas em relação ao ecossistema local e, principalmente, as condições de trabalho em que se encontram os agricultores. Para a autora, a produção de orgânicos

[...] já foi absorvida pelo agronegócio capitalista, e pode ser produzida inclusive em latifúndios quase completamente mecanizados, com pouco ou nenhum envolvimento dos trabalhadores e trabalhadoras do campo, transferidos, nesse sistema, para os centros de processamento dos produtos (GUHUR; TONÁ, 2012, p. 58).

Essa abordagem tem um diálogo interessante com uma pauta colocada pelo intelectual Horácio Martins de Carvalho sobre a necessidade de se desenhar um modo de produção afinado com a cultura do campesinato, de forma que estes trabalhadores tenham o protagonismo na sua dinâmica produtiva, com base em sua cultura, em seu conhecimento do território, em sua “arte de resolver a vida” (RIBEIRO, 2005).

A hipótese de que os campesinatos se constituam ou possam vir a se constituir num modo de produção camponês na formação econômica e social brasileira requereria, entre outros, a presença efetiva nas suas concepções de mundo de uma proposta ou sugestão explícita no seu universo ideológico e política da possibilidade efetiva de se consolidarem como um modo de produção no Brasil, mesmo que se considerasse como um modo de produção em construção e em confronto econômico-político-ideológico com o modo de produção capitalista dominante (CARVALHO, 2014, p. 18).

Entretanto, apesar da difusão da proposta agroecológica entre os trabalhadores rurais e movimentos sociais, a produção agrícola ainda é profundamente dominada pela matriz tecnológica capitalista hegemônica, com a agroecologia representando uma ínfima parte. Segundo o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), apenas 64.690 estabelecimentos se declararam como produtores com base orgânica certificada (1,27% do total de estabelecimentos). A presença dos produtos químico-industriais é muito marcante. Conforme argumenta o autor, cerca de 33% dos estabelecimentos fazem uso do agrotóxico, em um total de quase 1,7 milhão de estabelecimentos rurais, principalmente nas áreas de alta produção, tendo crescido 20% em relação ao Censo Agropecuário de 2006. Ainda que as grandes propriedades tenham contribuído especialmente para esse aumento, 80% dos estabelecimentos rurais que usam agrotóxicos têm menos de 5 hectares de produção, sendo considerados pequenos agricultores (CHRISTOFFOLI et. al., 2021).

Apesar de ser um número alarmante, principalmente considerando o contexto dos pequenos agricultores, não é difícil entender como esse cenário foi construído. Tendo em vista a dependência desenvolvida pelos pacotes tecnológicos, as dificuldades de acesso às

políticas públicas de créditos agrícolas e de infraestrutura associados a uma demanda de produção que exige rapidez e escala para que os produtos possam ser vendidos de forma minimamente competitiva no mercado, não restam muitas escolhas a serem feitas. Esse é o caminho ao qual os pequenos agricultores têm precisado se submeter para se manter no campo e para evitar o desabastecimento nas mesas das famílias brasileiras.

Buscando caminhar na direção contrária a essa tendência histórica, no bojo de construção da agroecologia como uma alternativa ao modelo agrícola rural, os movimentos sociais e organizações campestres têm apoiado processos de transição agroecológica dos pequenos agricultores, estimulando-os no desenvolvimento de agroflorestas e de transformação do manejo de seus cultivos. De forma paralela, têm surgido também formas alternativas de comercialização que tem como objetivos proporcionar condições dignas de vida para os trabalhadores do campo, fortalecendo o vínculo entre agricultores e consumidores e aumentando a oferta de produtos de boa qualidade a preços acessíveis para a sociedade.

A CONSTRUÇÃO DE UMA ALTERNATIVA: OS CIRCUITOS CURTOS COMO ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO

As cadeias longas ou de vínculo nacional/internacional (MALUF, 2004), predominantes nos últimos anos, são formas de comercialização que têm como características uma maior especialização da produção em poucos produtos, baixa autonomia dos agricultores e o uso de um ou mais intermediários atuando na cadeia (UENO et al., 2016). Segundo Castellano (2012), esse formato apresenta uma rede logística complexa, composta por atores que dispõem de recursos e transportes de grande porte, facilitando a distribuição de alimentos para os mais diversos canais desse vínculo. No geral, quanto maior a cadeia, menor é a atuação dos agricultores na comercialização dos produtos e mais baixa é a renda destinada para esses trabalhadores.

Na contramão desse modelo, os circuitos curtos de comercialização (CCC) têm se mostrado uma alternativa fundamental. Os CCC são considerados um exemplo de Sistema Agroalimentar Alternativo, caracterizados pela oposição à degradação dos ecossistemas e à desregulação e globalização que afetam os circuitos alimentares (LAMINE, 2005). Tem o propósito de realocar o abastecimento de alimentos, além de privilegiar sistemas de produção mais ecológicos, econômicos e autônomos. São considerados um canal de vínculo local/regional, ou seja, representam uma forma de comercialização de produtos alimentares agrícolas que ocorre por meio da venda direta do produtor para o consumidor ou por meio da venda indireta, desde que haja apenas um intermediário³. Além disso, ao superarem o caráter estritamente econômico que as organizações dominantes possuem, possibilitam um maior reconhecimento social

³ O intermediário no vínculo local/regional é o único ator responsável por realizar a intercepção entre produtor e consumidor. Nesse sentido, este elo estabelecido representa uma forma de comercialização indireta na qual agricultores

dos produtores, fortalecendo-os e assegurando um maior controle sobre as vendas (RETIÈRE, 2014).

Os CCC podem ser reconhecidos em diferentes canais e formas de organização para comercialização. Dentre os principais exemplos de *canais de comercialização* estão as feiras; o ponto fixo, em geral barracas informais em locais de grande circulação, a entrega em domicílio, quando há um sistema de encomenda, e a venda em pequenos estabelecimentos locais e os mercados institucionais, via políticas públicas como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) (MALUF, 2004).

Já com relação às *formas de organização* para comercialização na lógica dos circuitos curtos, temos as associações e cooperativas; os grupos de consumo consciente; e as experiências de Comunidades que Sustentam a Agricultura (CSA). As associações e cooperativas se constituem a partir da articulação entre os produtores para viabilizar uma dinâmica coletiva de venda dos produtos, levando a um ganho de escala que permite a oferta de produtos de forma rotineira e diversificada. A escolha pelo trabalho cooperado nesse cenário possibilita resultados melhores para os agricultores, pois, ao reunir os frutos de sua produção, conseguem mais mercadorias para venda, obtêm uma quantidade maior de mão de obra e reduzem a dependência de atravessadores.

Os grupos de consumo consciente buscam construir uma relação mais politizada com a produção, comercialização e consumo de alimentos, focando na proposta de alimentação saudável e da proximidade com os produtores (UENO et al., 2016). Seu funcionamento consiste, em geral, no fornecimento prévio dos produtores de uma lista de produtos (in natura e processados), dentre os quais os consumidores selecionam os que desejam consumir. Com o tempo, a produção e a colheita são orientadas a partir dessa demanda, evitando o desperdício de alimentos.

Por fim, as experiências de Comunidades que Sustentam a Agricultura (CSA) se constituem pela formação de grupos de agricultores e consumidores que estabelecem um acordo no qual um consumidor financia um agricultor por um determinado período de tempo e, em troca, esse consumidor recebe, semanalmente, uma cesta de alimentos agrícolas (UENO et al., 2016). Nesse formato de distribuição, os produtos não são escolhidos pelos consumidores, mas enviados de acordo com a sazonalidade de produção dos alimentos, as intempéries e imprevistos inerentes à atividade agrícola (NETO et al., 2018). Ao prever o compartilhamento das responsabilidades, riscos e benefícios provenientes da produção, o vínculo gerado entre produtores e consumidores é ainda mais profundo, gerando uma relação de benefícios mútuos: maior segurança e estabilidade aos agricultores em relação à produção e um acesso a alimentos saudáveis e frescos com preços acessíveis para os consumidores.

transferem a venda dos alimentos para os intermediários e estes ficam responsáveis por divulgar, organizar e realizar as vendas e estabelecer o contato com os consumidores.

Assim, é possível perceber que a organização das formas e canais de comercialização dos circuitos curtos estimula a organização dos pequenos agricultores e a articulação entre campo e cidade para construção de uma nova lógica de produção, consumo e distribuição dos alimentos. Mais que isso, a expansão da proposta dos circuitos curtos pode criar rupturas fundamentais nas lógicas estabelecidas historicamente pelas cadeias longas, seja por aspectos ambientais, por reduzir as distâncias de deslocamento dos alimentos e priorizar a produção agroecológica, seja por aspectos políticos e culturais, à medida que podem aumentar a sustentabilidade financeira dos camponeses, ao reduzir o número de atravessadores, além de favorecer o desenvolvimento territorial e as relações locais.

IMPORTÂNCIA DA FORMAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DE UMA AGENDA AGROECOLÓGICA

O processo de implantação de um sistema de produção capitalista e exploratório no campo brasileiro foi também viabilizado por uma mudança cultural na dinâmica de trabalho dos camponeses. Por um lado, assim como ocorrido nas áreas urbanas, houve uma disseminação de uma perspectiva individualista e empreendedora que foi dilacerando o sentimento de solidariedade comum nas áreas rurais e desestruturando uma cultura de luta coletiva antes presente em diferentes realidades rurais. Por outro, foi distanciando o produtor das outras etapas da cadeia produtiva, como beneficiamento e comercialização, cada vez deixando-o mais dependente da compra de seus alimentos por indústrias, atravessadores e outros intermediários, e tornando-o cada vez mais isolado e distante do consumidor final.

Conforme argumentam Guhur e Toná (2012), o modelo de produção capitalista que foi se implantando a partir da segunda metade do século XX, com a bandeira da Revolução Verde, promove um avanço na divisão do trabalho entre indústria e agricultura, restando a esta o papel de produzir matéria-prima para, com insumos e máquinas advindos daquela, serem destinados às agroindústrias. Além disso, e também como resultado disso, aprofunda-se uma separação entre planejamento e execução do trabalho, o que já tinha sido visto nos principais espaços de produção do meio urbano décadas antes, tornando os camponeses “[...] meros consumidores de técnicas e sistemas de produção desenvolvidos em centros de pesquisa, empresas e universidades” (GUHUR, TONÁ, 2012, p. 64).

Nesse sentido, a construção de um modo de produção agroecológico no campo passa por desenvolver processos de formação que permitam aos camponeses retomar algumas agendas sem as quais a simples produção de produtos livres de venenos, de alimentos orgânicos, não representará uma efetiva transformação do mundo rural. Roseli Caldart (2014, p. 154) destaca a importância de um processo de formação, ressaltando a importância do resgate de uma perspectiva marxista de luta de classes por parte dos camponeses:

Toda essa discussão nos convoca a retomar com mais força em nossos estudos a categoria modo de produção e também a voltar a pensar, com Marx, os processos de luta, de desalienação, por dentro dos processos produtivos e não apenas na esfera da luta política: é ali onde a alienação se produz que, afinal, temos que incidir, na radicalidade que o avanço das contradições permite em cada momento histórico e realidade concreta. E isso nos remete ao debate sobre os processos de formação dos trabalhadores, na perspectiva de sua preparação para o confronto fundamental, de classe.

Caldart (2014) argumenta, portanto, que é preciso construir um *ambiente educativo* que permita promover a desalienação do(a) camponês(a), partindo das contradições presentes na sua realidade de vida. A autora defende que precisamos promover *tempos, espaços e intencionalidades educativas* que contribuam na compreensão, por parte desses trabalhadores, de todo o processo de exploração do trabalho e da natureza promovido pelo capital, de forma que se possa idealizar alternativas que se estruturam em oposição a essa lógica, buscando valorizar relações entre as pessoas e destas com a natureza que não se baseiem no valor da troca mercantil, e que não se subordinem à lógica do trabalho assalariado. É compreendendo a *pedagogia do capital* que se poderá “identificar e compreender práticas e formulações da *pedagogia do trabalho*” (CALDART, 2014, p. 159), em que processos educativos contribuem para a desalienação, usando as esferas fundamentais de produção da vida e da relação ser humano e natureza.

Essa perspectiva educativa nos parece estruturante para se consolidar uma perspectiva agroecológica, que exige que o agricultor tenha o conhecimento sobre a diversidade de técnicas que podem ser utilizadas e desenvolvidas, e tenha autonomia para buscar os caminhos e destinos que seu produto terá. A desalienação defendida por Caldart (2014), assim, a nosso ver, traz duas perspectivas fundamentais na dinâmica da produção: que o camponês deve ter o domínio tecnológico sobre seu processo produtivo; e que o camponês deve ter o conhecimento e a capacidade de decisão sobre as etapas da cadeia produtiva posteriores à produção do alimento. Assim, deixa de depender, por um lado, do pacote tecnológico vendido pelas empresas multinacionais, e que são, frequentemente, motivo de endividamento dos trabalhadores e de degradação ambiental e, por outro, das grandes indústrias e atravessadores que impedem caminhos de venda alternativos e compram seus produtos a um baixo preço.

Guhur e Toná (2012, p. 64), nesse sentido, argumentam que

[...] a agroecologia exige que o camponês passe a assumir uma posição ativa, de pesquisador das especificidades de seu agroecossistema, para desenvolver tecnologias apropriadas não só às condições locais de solo, relevo, clima e vegetação, mas também às interações ecológicas, sociais, econômicas e culturais. Na perspectiva da agroecologia, essa não pode ser tarefa de especialistas isolados. A agroecologia exige conhecer a dinâmica da natureza e, ao mesmo tempo, agir para a sua transformação.

Essa abordagem fortalece uma perspectiva transformadora da visão do campo tecnológico para o mundo rural. Parte da defesa de que há a necessidade de se vincular de forma mais efetiva o mundo da ciência e tecnologia dos interesses dos trabalhadores, particularmente dos trabalhadores rurais, colocando a exigência, como argumenta Gaudêncio Frigotto (2014, p. 133) de que a produção de conhecimento/tecnologia “[...] tenha como ponto de partida as suas [dos trabalhadores] necessidades e interesses, e como ponto de chegada um conhecimento que oriente sua práxis em todas as esferas da sociedade”. Para o autor, o papel dos intelectuais comprometidos com a luta dos trabalhadores não deve ser o de lutar pelo povo, mas contribuir para que este desenvolva a capacidade de analisar por si a realidade em que vive e perceba a necessidade da transformação.

As diferentes iniciativas do MST e de outros movimentos sociais do campo e da cidade com grupos de pesquisadores e docentes das universidades terão um caráter efetivamente revolucionário se o conhecimento que nesta relação se construir ajudar a contingentes cada vez maiores a entender quais são as mudanças efetivamente necessárias e construírem a organização de forma a efetivá-las. (FRIGOTTO, 2014, p.133).

A compreensão que procuramos construir a partir da argumentação apresentada anteriormente é a de que experiências que buscam transformar estruturalmente a realidade dos trabalhadores e trabalhadoras do campo brasileiro precisam ter, como parte de seu processo, um claro objetivo de formação dos camponeses para que possam cada vez mais ter o domínio tecnológico sobre seu processo e autonomia sobre as etapas da cadeia produtiva, consolidando uma dinâmica de interação, mas não de dependência, com outros atores econômicos. Consideramos essa perspectiva de suma importância para analisar experiências mais recentes de vendas de produtos orgânicos que, por um lado, podem parecer carregar uma perspectiva transformadora no sentido de reduzir o uso de substâncias e técnicas prejudiciais ao meio ambiente e de promover um consumo consciente, mas, por outro, podem repetir e reforçar uma dinâmica de exploração do trabalho que não garantirá aos camponeses condições dignas de vida e trabalho e uma independência em relação à tomada de decisão de outros agentes econômicas da cadeia.

DESCRIÇÃO DAS CESTAS⁴

Como forma de embasar e dar concretude para a análise proposta neste artigo, procuramos explorar o campo dos CCC no Rio de Janeiro. Foi possível perceber a presença predominante da estratégia de cestas com uma dinâmica de venda por encomendas

⁴ Esta pesquisa foi realizada nos anos 2019 e 2020, antes da pandemia, e seu relatório está disponível em: <https://nides.ufrj.br/images/Imagens/programas/SOLTEC/Publicacoes/RelatorioCaCi2020.pdf>.

em várias organizações na cidade. Nesse sentido, consideramos relevante estudar como essas práticas vêm sendo desenvolvidas e, principalmente, que papel desempenham no fortalecimento da agricultura familiar.

Assim, chegamos a seis experiências de cestas de produtos da agricultura familiar que se encaixam na perspectiva dos CCC na cidade do Rio de Janeiro. Nesta seção fazemos uma apresentação dessas experiências, com base em três eixos: 1. identificação dos grupos, sua história, seus objetivos e sua forma de funcionamento; 2. características da relação entre produtores e consumidores que se estabelece na dinâmica de organização dos empreendimentos; 3. processos de logística da comercialização das cestas.

CESTA CAMPONESA

A Cesta Camponesa surgiu em 2017 através de uma iniciativa do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), em parceria com a Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) por meio do Projeto de Extensão Assentados da Reforma Agrária e Universidade, com o objetivo de contribuir com a distribuição de alimentos diretamente da produção camponesa para a cidade. A iniciativa tem também o interesse de contribuir com o fortalecimento do movimento camponês e com a eliminação da lógica de produção e distribuição de alimentos fundada no complexo sistema agroindustrial, baseado no tripé transgênicos, agrotóxicos e redes de supermercados.

A Cesta Camponesa comercializa alimentos agroecológicos, além de produtos de limpeza e de higiene, vendidos em cestas personalizadas em uma plataforma de comercialização online⁵. A organização das cestas é feita no Raízes do Brasil, uma casa alugada pelo Movimento e localizada no bairro de Santa Teresa. A disponibilidade de produtos varia de acordo com a produção dos 49 agricultores envolvidos e a sazonalidade dos produtos. São feitas duas entregas por mês em 19 núcleos localizados no Rio de Janeiro. O objetivo da organização por núcleos é o engajamento do consumidor com o movimento visando a criação de um espaço de socialização e de responsabilização. Há também a opção da entrega domiciliar realizada através da parceria com uma empresa de táxi, estratégia que foi fortalecida no contexto de pandemia do COVID-19, permitindo a ampliação da área de entrega e do quantitativo de consumidores alcançados nesse período.

Há produtores que fornecem semanalmente de forma contínua, e outros que entregam produtos de acordo com a sazonalidade. Em ambos os casos, o MPA busca estabelecer uma relação não só econômica, mas também política com os trabalhadores, de forma a ampliar sua base camponesa. Os produtores com fornecimento contínuo, além da militância no movimento, participam do processo de distribuição dos alimentos,

⁵ <http://www.cestacamponesa.com.br/estatica/index.php>.

que é dividido nas funções administrativa, transporte, montagem de cestas e entregas, e tem apoio de voluntários que auxiliam em funções como a comunicação, a coordenação dos núcleos e a mediação com os consumidores.

CESTA DA REFORMA AGRÁRIA

A Cesta da Reforma Agrária é uma frente de trabalho organizada nos espaços de comercialização do MST no Rio de Janeiro, tendo sido realizada no Espaço de Comercialização Terra Crioula (ECTC) nos anos de 2017 e 2019, sendo realizada atualmente no Armazém do Campo (AdC), ambos localizados no centro da cidade. Os dois espaços se constituem enquanto instrumentos do MST, com a dupla proposta de viabilizar o escoamento dos alimentos produzidos nos acampamentos e assentamentos da Reforma Agrária e se constituir enquanto um espaço de formação e interação entre campo e cidade.

Os produtores envolvidos com a Cesta da Reforma Agrária são vinculados ao MST, sendo a maioria organizada em coletivos de produção ou comercialização. O Coletivo de Comercialização Alaíde Reis, localizado na região Sul do estado e organizado por cerca de 20 famílias, é o principal fornecedor de alimentos para a cesta atualmente. Os produtores estão diretamente envolvidos em todo o processo, desde a etapa de levantamento da produção, separação dos produtos, transporte dos alimentos e montagem das cestas e comercialização.

Os consumidores, por sua vez, são entendidos como Associados da Reforma Agrária, pois, para além de buscarem uma alimentação mais saudável e livre de agrotóxicos, se alinham com as pautas políticas do Movimento. Durante seu período de realização no ECTC, a cesta, composta por produtos agrícolas *in natura*, produtos com beneficiamento mínimo e produtos fitocosméticos, era comercializada quinzenalmente em formato aberto. Os pedidos eram feitos via sistema de comercialização online e retirados no próprio espaço. Já no Armazém do Campo, estabelecida pouco antes do início da pandemia em 2020, a cesta era comercializada aos sábados e poderia ser retirada no espaço ou entregue na casa dos associados⁶.

LAGOA ORGÂNICOS

A Lagoa Orgânicos é uma empresa criada em 2012 por uma iniciativa individual de produção de alimentos orgânicos na Fazenda Lagoa, em Teresópolis, com o objetivo

⁶ Durante o ano de 2019, o MST/RJ fez uma avaliação dos processos de comercialização realizados nos dois espaços que organizava, o AdC e o ECTC, que tinham propostas políticas semelhantes e localizações físicas muito próximas, visando ajustar alguns elementos do planejamento de comercialização na capital e no estado. A conclusão dessa avaliação foi de que seria mais interessante reduzir a permanência no Rio de Janeiro, concentrando as atividades aos sábados e no Armazém do Campo, otimizando o tempo e energia para desenvolver mais canais de comercialização nas regiões dos assentamentos.

de criar um sistema que percorresse desde a etapa da produção até a distribuição dos alimentos. Atualmente, a organização tem como foco a comercialização de cestas de produtos orgânicos na cidade do Rio de Janeiro.

Inicialmente, todos os produtos comercializados eram produzidos na própria Fazenda. Entretanto, a partir da percepção de que não era mais viável dar conta da demanda, a organização passou a incorporar alimentos de outros produtores distribuídos no estado do Rio de Janeiro. A relação com esses agricultores é articulada de modo a incrementar a oferta de outros produtos oriundos da agricultura familiar pela empresa, contribuindo também para o escoamento da produção desses trabalhadores rurais.

A relação com os consumidores configura-se como uma relação comercial de consumo. Os produtos são vendidos em três formatos de cesta, sendo duas categorias de cestas fechadas (valor fixo) e uma cesta aberta com livre escolha dos produtos.

A instituição é composta por uma pequena equipe distribuída entre as funções de administração, logística, montagem, atividades da produção e comunicação, porém, todos atuam também nas demais áreas de acordo com a demanda. A organização visa expandir o número de consumidores e os locais de entrega que, até então, são realizadas semanalmente, através de um veículo próprio da organização, sendo cada dia voltado para uma região específica e pré-definida. A área de cobertura das entregas tem alcançado mais de dez bairros na cidade do Rio de Janeiro, apesar de a organização considerar que os custos de transporte ainda são um fator limitante.

ORGÂNICOS IN BOX

A empresa Orgânicos in Box foi fundada em 2014 com o propósito de contribuir para o mercado de orgânicos na cidade do Rio de Janeiro, disponibilizando a maior quantidade e variedade desses produtos para seus clientes a partir de um sistema flexível de encomendas de cestas. A organização conta com uma rede de cerca de 40 produtores, em sua maioria organizados em algum coletivo, distribuídos no estado do Rio de Janeiro e também em outros estados, que oferecem os mais diversos tipos de alimentos orgânicos. A empresa busca estabelecer uma relação de fidelidade com seus fornecedores.

Do outro lado da relação comercial, encontram-se os consumidores que buscam, segundo a empresa, o consumo de produtos orgânicos, praticidade no momento da compra e comodidade no momento da entrega dos pedidos. São atraídos principalmente pelo discurso de alimentação saudável promovido pela organização.

As cestas comercializadas podem ser fechadas ou abertas, possuindo diferentes tamanhos e sendo compostas por produtos de hortifruti e industrializados. Como método de distribuição das cestas, a Orgânicos in Box utiliza parcerias com motoristas de aplicativos de transporte. A área de cobertura de entrega de cesta abrange mais de quinze bairros.

A estrutura interna da empresa é composta por aqueles que executam funções gerenciais e administrativas e aqueles que realizam funções mais operacionais. Já a parte digital, do marketing à administração do sistema online, é realizada por uma equipe terceirizada contratada, o que mostra a intenção da empresa de captar cada vez mais clientes e crescer no mercado.

PROJETO CASA

O Projeto CASA⁷, Comunidade Acadêmica que dá Suporte à Agricultura, é uma ação de extensão da UFRJ, surgida em 2016, inspirada no modelo de CSA que visa: criar uma rede de apoio aos agricultores familiares; construir laços de sociabilidade e confiança entre estes atores; e sensibilizar os moradores da cidade para as condições de trabalho no campo.

A cesta vinculada ao CASA conta com produtos *in natura* (folhas, temperos, legumes, frutas) e processados (café, doces, sucos) sendo ofertadas em dois tamanhos (pequena e grande). As cestas são distribuídas em cinco pólos distintos no campus da Cidade Universitária. Cada pólo representa uma CSA específica, ou seja, um grupo de consumidores, aqui chamados de prosumidores, nesse caso, especificamente, integrantes da comunidade acadêmica da cidade universitária que estão ligados a um agricultor ou uma família agricultora.

A maioria dos produtores são agricultores familiares localizados na comunidade do Fojo, em Guapimirim, associados através da Associação de Produtores Rurais, Artesãos e Amigos da Microbacia do Fojo (AFOJO). São eles os responsáveis por viabilizar a produção e o transporte dos produtos oferecidos na cesta. Aos prosumidores, por outro lado, são atribuídas as responsabilidades de manter a relação com os agricultores, no contato durante a entrega das cestas ou em visitas às suas propriedades e financiar sua produção por meio do pagamento mensal das cestas.

A equipe do projeto é responsável pela organização dos pontos da feira agroecológica, das cestas e da administração da comunicação entre prosumidores e agricultores, que se dá através de redes sociais e email. É prerrogativa também dessa equipe a organização das vivências e dias de campo para que os prosumidores conheçam as produções que financiam, apoiem com trabalho manual, valorizem e troquem conhecimento com seus respectivos agricultores parceiros.

⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/projetocasaufrj>.

REDE ECOLÓGICA

A Rede Ecológica⁸ é um movimento social que surgiu em 2001 com o intuito de articular pequenos produtores e redes de consumidores, buscando viabilizar o escoamento da sua produção, promover um consumo mais consciente e sustentável e sensibilizar as pessoas da cidade para a luta do campo. A organização funciona através de um sistema de pedidos, realizados em uma plataforma online e distribuídos semanalmente, quinzenalmente ou mensalmente, e possui produtos frescos (legumes, verduras, frutas, etc) e produtos secos (café, castanha, etc) provenientes da agricultura familiar, cujas cestas possuem formato aberto.

Sua estrutura se dá através da organização de grupos de consumidores distribuídos em dez núcleos pela cidade do Rio de Janeiro, e de algumas cidades vizinhas, totalizando cerca de 250 membros. Os núcleos seguem uma lógica autogestionária e de participação coletiva, ficando responsáveis por todos os processos de organização e comercialização dos produtos. Devido à articulação de núcleos por territórios, a área de cobertura das entregas se restringe aos bairros correspondentes aos núcleos, mas, ainda assim, interessados em outros bairros podem integrar a organização.

Os produtores, por sua vez, são agricultores familiares e prioritariamente pequenos produtores assentados, de movimentos sociais e/ou cooperados com produção agroecológica ou em transição agroecológica. A maioria deles é do estado do Rio de Janeiro, mas há também produtos industrializados fornecidos por agricultores de outros estados. Além do transporte dos territórios para o centro de distribuição da Rede, são eles os responsáveis por ditar o preço dos produtos, que lhes é repassado integralmente.

Os associados desempenham um papel não só de consumo, mas de militância, visto que a Rede Ecológica se identifica como movimento social. Ser um integrante da Rede significa atuar na estrutura interna da organização e possuir identificação com seus princípios, que são: transparência, compromisso, participação, solidariedade e preservação ambiental e social.

ANÁLISE E CATEGORIZAÇÃO

A pesquisa sobre experiências de cestas de produtos orgânicos no Rio de Janeiro permitiu qualificar uma análise da complexidade desses casos. Por um lado, todos possuem uma perspectiva contra-hegemônica, no sentido de: buscar a construção de uma alternativa alimentar que se contrapõe ao uso intensivo de defensivos agrícolas que poluem o meio ambiente e afetam a saúde dos trabalhadores rurais e dos consumidores, que são os produtos orgânicos; e se contrapor ao modelo hegemônico de comercialização centralizada por grandes empresas de supermercados, valorizando a proximidade produtor-consumidor, na perspectiva dos CCC. Nesse sentido, estruturam uma

⁸ Disponível em: <http://redeecologicario.org>.

experiência econômica que, invariavelmente, estimula o debate da alimentação saudável nos meios urbanos e fortalece a agricultura familiar.

Por outro lado, a análise e reflexão permitidas pela pesquisa nos permitiram ver que há uma diversidade de experiências, que contribuem mais ou menos e de formas diferentes para se avançar na construção por um novo modo de produção agrícola, em contraposição ao modelo capitalista tradicional de produção que vem sendo implantado desde o advento da Revolução Verde. Ou seja, não necessariamente todas as experiências de vendas de cestas de produtos orgânicos irão contribuir efetivamente para uma transformação ampla das dinâmicas de produção no meio rural. Algumas delas podem contribuir para a transformação pontualmente em alguns aspectos, mas reproduzir a lógica capitalista em outros, não contribuindo para a formação dos trabalhadores e a mudança de suas relações de trabalho.

Procuramos destacar aqui essa diversidade e, com base nela, propor uma categorização/tipologia de cestas de produtos orgânicos. Mais do que a busca por encaixar as experiências em *caixas de análise*, nosso objetivo com essa divisão em grupos é, principalmente, destacar suas características de forma a identificar quais são aspectos fundamentais para que contribuam realmente para avançar em uma transformação estrutural no modo de produção rural, melhorando as condições de vida e trabalho dos agricultores.

ELEMENTOS DE ANÁLISE

Considerando a bibliografia trabalhada e as reflexões desenvolvidas pela equipe de pesquisa ao longo do processo, buscamos elencar alguns elementos de análise importantes que nos permitiriam ter uma visão mais qualificada sobre as experiências e, principalmente, sobre os fatores que as diferenciavam. Nesse processo, identificamos seis elementos que consideramos relevantes no sentido de identificar o quanto cada experiência promove uma transformação efetiva no modo de produção rural. Os elementos são: Fortalecimento da Agricultura Familiar; Estímulo ao consumo de alimentos orgânicos; Promoção da interação entre produtores e consumidores; Defesa da Agroecologia; Fortalecimento contínuo da organização dos agricultores; Defesa de políticas públicas de apoio ao campo.

Naturalmente, podem-se encontrar variações em cada experiência e maior ou menor presença de cada um dos itens. Entretanto, procuramos perceber o quanto a preocupação com esses elementos efetivamente estava presente na estratégia de atuação dos empreendimentos, como uma pauta a ser trabalhada na proposta alternativa que aquela cesta apresentava. A partir dessa abordagem, chegamos à seguinte tabela.

Tabela 1 - Características das Organizações pesquisadas

Elementos	Organizações					
	Orgânicos In Box	Lagoa Orgânicos	Projeto CASA	Rede Ecológica	Cesta Camponesa	Cesta da Reforma Agrária
Fortalecimento da Agricultura Familiar	x	x	x	x	x	x
Estímulo ao consumo de alimentos orgânicos	x	x	x	x	x	x
Promoção da interação entre produtores e consumidores	-	-	x	x	x	x
Defesa da Agroecologia	-	-	x	x	x	x
Fortalecimento contínuo da organização dos agricultores	-	-	-	-	x	x
Defesa de políticas públicas de apoio ao campo	-	-	-	-	x	x

Fonte: Adaptado de Almeida et al. (2020).

Conforme podemos perceber na tabela, há uma clara diferenciação nas seis experiências. Percebemos que os casos da Orgânicos In Box e da Lagoa Orgânicos tem o objetivo de promover consumo crítico a partir da compra de alimentos orgânicos, cumprindo um importante papel de propiciar acesso a esse tipo de produto em uma grande cidade. Além disso, há uma valorização da compra de pequenos produtores em oposição a outros empreendimentos de maior tamanho, fortalecendo, portanto, a agricultura familiar. Entretanto, essas duas experiências não avançam para uma agenda mais ampla, de maior interação concreta entre agricultor e consumidor ou pautando outras agendas da agroecologia e organização dos trabalhadores.

As experiências do Projeto Casa e da Rede Ecológica apresentam outra perspectiva. Enquanto experiências centralmente estruturadas pelo protagonismo dos consumidores, claramente pautam a questão do alimento saudável e da necessidade de fortalecer a agricultura familiar como alternativas ao modelo vigente. Porém, além disso, faz parte de suas agendas de trabalho dar visibilidade ao processo produtivo do camponês, aproximando os compradores da realidade desses trabalhadores. Os consumidores (identificados como *prosumidores* ou *associados*) entram em uma perspectiva militante de conhecer e contribuir para a realidade dos produtores, na defesa de uma outra relação de trabalho que vai para além da dinâmica econômica. Em ambos os casos, há a proposta de que os compradores visitem e contribuam para o trabalho dos camponeses. Aproxima-se, claramente, da pauta da agroecologia, não ficando apenas na abordagem da venda de produtos orgânicos, trazendo uma perspectiva mais holística de transformação e envolvimento.

Nessas quatro experiências, pode-se identificar que há uma contribuição concreta ao trabalho do camponês pelo simples fato de fazer com que ele tenha que se organizar para fornecer, no prazo e quantidade pedidos, os produtos demandados. Entretanto, os dois últimos casos apresentam um compromisso adicional de contribuir diretamente no processo produtivo e na viabilização dessa produção a partir de apoios de assessoria e financiamento⁹.

Por fim, identificamos certa proximidade nas experiências da Cesta Camponesa e Cesta da Reforma Agrária. De alguma forma, esses dois casos contemplam os elementos anteriores, no sentido de fortalecer a agricultura familiar, promover uma reflexão crítica sobre o consumo de alimentos, defender a agroecologia e uma maior integração entre os trabalhadores do campo e da cidade. Porém, foi possível perceber dois elementos adicionais. Primeiro, por trás da dinâmica de venda de cestas há um objetivo claro de consolidar um processo formativo para fortalecer a organização dos trabalhadores, principalmente baseada nos movimentos sociais vinculados (MPA e MST), de forma que tenham cada vez maior capacidade de coordenar a estruturação de um processo de venda de produtos agroecológicos. Por vezes, a perspectiva econômica é colocada, inclusive, em segundo plano, em função desse foco em organizar os trabalhadores rurais.

Além disso, identificamos que ganha destaque nesses dois casos a preocupação com os aspectos políticos envolvidos na venda daqueles alimentos. Em ambas as iniciativas, vinculam-se espaços ligados ao objetivo de dar destaque à importância do fortalecimento da agricultura familiar e da luta pela reforma agrária, assim como a demanda por políticas públicas para esse campo. A realização de feiras no centro da cidade, a doação de alimentos para comunidades periféricas e favelas, e, durante a pandemia, a oferta de refeições gratuitas tinham o claro intuito de aproximar os trabalhadores urbanos

⁹ Vale citar uma iniciativa recente em que os apoiadores da Rede Ecológica se cotizaram para financiar a compra de um caminhão para um assentamento, a ser reembolsado pelos agricultores. Disponível em: <http://redeecologicario.org/2019/07/10/campanha-de-financiamento-coletivo-rede-e-coletivo-alaide-reis-o-caminhao-foi-comprado/>.

dos rurais e de sensibilizar a população para a necessidade de que o povo lute por sua soberania alimentar, de forma a não ficar refém dos grandes conglomerados alimentares e de comercialização de alimentos.

A QUESTÃO DA FORMAÇÃO

Ainda que a formação tenha sido destacada, ao longo deste artigo, enquanto elemento importante para se construir caminhos alternativos para o modo de produção rural, optamos por não elencá-la como um elemento por entender que o aspecto formativo está presente nas diferentes experiências, mas sob diferentes abordagens. Nos primeiros dois casos, percebemos que o desejo da formação estava mais direcionado aos consumidores, na busca pela difusão de um consumo crítico dos alimentos.

Já as experiências do Projeto Casa e da Rede Ecológica promovem uma formação mais profunda dos consumidores, não se limitando às condições técnicas de produção dos alimentos, mas trazendo elementos ligados às relações de trabalho, à importância da relação produtor-consumidor e da necessidade de estabelecer vínculos de confiança e compromisso para promover um maior bem-estar para o camponês (e, de alguma forma, ao comprador, ao garantir alimentos saudáveis). Para os camponeses, percebe-se que há uma preocupação em contribuir na melhoria das suas condições de trabalho e vida, ainda que não se proponham em estabelecer dinâmicas estruturadas e contínuas de formação técnica e política desses trabalhadores.

Os dois casos de cestas vinculados aos movimentos sociais parecem ter mais claro em sua agenda o objetivo de promover processos formativos que vão para além da venda dos produtos. Os dois movimentos, MPA e MST, possuem agenda de formação interna dos seus militantes, e compreendem a importância de que os camponeses tenham a capacidade de produzir, gerir, beneficiar e comercializar seus produtos, criando toda uma cadeia produtiva independente do grande capital e que seja protagonizada e coordenada pelos próprios agricultores e suas organizações.

UMA PROPOSTA DE TIPOLOGIA DE CESTAS DE PRODUTOS ORGÂNICOS E AGROECOLÓGICOS

A análise qualitativa das seis experiências estudadas nos permitiu identificar uma tendência de caracterização desses casos que permite propor uma *tipologia de cestas de produtos orgânicos e agroecológicos*, que não tem como intuito central servir de base para classificação de uma ou outra experiência, mas que pode servir para refletir sobre essas e outras experiências no campo, e subsidiar debates sobre caminhos e melhorias possíveis. O fator central para fazer a classificação dessas experiências é a sua *base organizativa*, ou seja, a identificação de quem são os protagonistas no planejamento e execução das cestas.

A partir dessa referência, foi possível identificar três tipos de experiências de cestas de produtos orgânicos: um primeiro grupo, composto pelas experiências em que o *intermediário é o protagonista*; um segundo grupo, formado pelas experiências que foram criadas e são sustentadas pela *mobilização dos consumidores*; e um terceiro grupo, em que as cestas são organizadas e concretizadas pela *organização dos próprios trabalhadores*.

GRUPO 1

O primeiro grupo, constituído por organizações como Lagoa Orgânicos e Orgânicos in Box, são empreendimentos que cumprem um papel de agentes intermediadores entre produtores e consumidores e tem o foco claro na relação comercial de compra e venda. É comum que experiências como estas sejam originada a partir da iniciativa de um produtor para vender seus produtos, mas que depois, a partir da ampliação dos seus canais de fornecimento para além de sua própria terra, envolvendo outros produtores, termina por ter como papel principal a venda do produtos, reduzindo a importância do seu papel como produtor e assumindo o protagonismo na comercialização. Vale destacar que, ainda que, neste caso, possa haver o envolvimento de vários pequenos produtores da agricultura familiar, a tomada de decisão sobre os caminhos do empreendimento se dá, em geral, por quem está fazendo o papel de intermediário, o que diferencia a experiência dos outros grupos, onde o coletivo de produtores que fornece os produtos ou o coletivo de consumidores que compra tem interferência e poder de decisão sobre os caminhos dos empreendimentos.

Quanto à discussão sobre o modo de produção agrícola, pode-se afirmar que essas experiências contribuem para trazer para o espaço urbano uma discussão sobre alimentação saudável, luta contra agrotóxicos, valorizando uma pauta importante do mundo rural. O fato de viabilizarem o acesso a produtos orgânicos ajuda a estimular uma postura crítica nesse sentido, em contraposição à produção industrial e à comercialização por meio de grandes redes de supermercados. Ou seja, são experiências que estimulam uma prática territorializada, conforme as propostas de CCC referidas na revisão bibliográfica.

Entretanto, esses casos não apresentam um processo sólido de estímulo à reflexão política mais ampla sobre outros aspectos do campo, como as relações de trabalho, ou a distribuição de terra (reforma agrária), dentre seus consumidores. E tampouco percebe-se um estímulo à formação e organização dos trabalhadores, de forma a galgar maior autonomia e domínio sobre sua cadeia produtiva.

GRUPO 2

O segundo grupo, identificado aqui pelo Projeto Casa e pela Rede Ecológica, caracteriza-se pela presença de organizações sem fins lucrativos que objetivam criar e

conectar redes de consumidores aos agricultores familiares locais. A proposta desses grupos, para além de viabilizar um canal de escoamento da produção dos agricultores, é dar visibilidade às suas condições de vida e trabalho, valorizando a agricultura familiar. Buscam romper, assim, com as tradicionais relações comerciais de compra e venda de alimentos, bem como instaurar uma nova relação campo-cidade, tirando o foco da mercadoria e do lucro. Nesse sentido, os consumidores são levados a ocupar um lugar diferente do que ocupam nas relações comerciais comuns, nas quais estão acostumados a um lugar de privilégio, de escolha, sem assumir o compromisso com o pequeno produtor, que acaba tendo que arcar com possíveis prejuízos.

Outra forma de fortalecer esse elo é a realização de visitas dos consumidores aos locais de produção desses agricultores. Isso acaba sendo causa e consequência do compromisso assumido ao se vincularem à organização para consumir as cestas. É comum que os compradores desempenhem funções de organização e trabalho dentro da organização, além de financiarem custos da comercialização

Percebemos, diferente da dinâmica decisória centralizada encontrada no primeiro grupo, um processo coletivo de tomada de decisão, com protagonismo dos consumidores, que planejam e organizam o processo de compra dos produtos. Em geral, há o interesse de envolvimento dos agricultores nessa dinâmica, mas permanecendo uma importância maior da tomada de decisão mais na mão das pessoas que compram os produtos. Há uma busca pela melhoria no processo de trabalho por parte dos agricultores, havendo esforços para apoiar a produção. Entretanto, não há, de forma mais estruturada e contínua, um plano de formação e organização dos trabalhadores.

Essas experiências, por outro lado, fortalecem a análise de que a transformação do campo só poderá se dar, efetivamente, a partir do diálogo com a cidade e da mobilização de seus trabalhadores. Essas redes de consumidores, portanto, possuem um papel fundamental de sensibilizar e mobilizar pessoas da cidade para o debate de pautas como a agroecologia, a reforma agrária e a soberania alimentar.

GRUPO 3

O último grupo, do qual fazem parte a Cesta Camponesa e a Cesta da Reforma Agrária, caracteriza-se pela presença de organizações que são, ao mesmo tempo, canais de comercialização dos produtos da agricultura familiar e instrumentos políticos dos trabalhadores rurais que as organizam. Assim, essas cestas são organizadas diretamente pelos próprios trabalhadores, que se dividem na realização de todas as etapas: produção, transporte, comercialização, divulgação e estreitamento dos laços com os consumidores. Há, naturalmente, no coletivo dos trabalhadores envolvidos, uma divisão de tarefas, entre produção, beneficiamento e comercialização. Entretanto, estrutura-se uma dinâmica coletiva de decisão, baseada em um movimento social ou organização social,

que permite maior interferência do agricultor na cadeia como um todo, e faz com que o processo fortaleça uma dinâmica organizativa dos trabalhadores.

Nesse grupo de experiências, o processo de organização coletiva não se origina e nem se dá exclusivamente para a venda dos produtos. Na realidade, já existe, anteriormente à implantação das cestas, um movimento de mobilização e articulação, coordenado pelas organizações ou movimentos sociais, que está ligado à luta por direitos e por políticas públicas de apoio a esses trabalhadores, seja com a pauta da reforma agrária, seja com a pauta do fortalecimento da agricultura camponesa. Portanto, a criação de cestas para venda de produtos é consequência natural de um processo de longo prazo que permitiu o estabelecimento desses trabalhadores em suas terras e a consolidação da sua produção, gerando o problema da necessidade de comercialização desses produtos. Portanto, a cesta não é o início e nem o principal fim dessa articulação, mas compõe todo um processo de organização, formação e consolidação dos agricultores.

Os consumidores dessas experiências, na maioria das vezes, são atraídos pela identificação com os próprios movimentos e suas pautas, o que mostra que, para além da preocupação com a alimentação saudável e valorização da agricultura familiar, a compra é um apoio político às bandeiras levantadas, transformando esses consumidores também em apoiadores do movimento. É sempre presente no diálogo com os integrantes dessas experiências a perspectiva política da venda daqueles produtos, presente em insígnias como *Comer é um ato político* ou *Se o campo não planta, a cidade não janta*, que representam suas demandas mais amplas.

Mas, considerando a vinculação com movimentos sociais, estas experiências, em função de não terem como objetivo central unicamente a venda dos produtos, parecem se aproximar de forma mais efetiva em contribuir para um processo formativo sólido com os agricultores, carregando as questões políticas que estão por trás da venda desses produtos. Além disso, parecem consolidar experiências de domínio das diferentes etapas da cadeia produtiva que garantem maior autonomia aos agricultores, não os tornando dependentes de intermediários ou de um grupo de consumidores.

Essa classificação de experiências em grupos aproxima-se muito da proposta de classificação dos consumidores envolvidos em cadeias curtas de comercialização apresentada por Retière (2014), com base em Lamine, que distingue três grupos de consumidores: os que possuem um baixo grau de engajamento político e priorizam, principalmente, aspectos relacionados à saúde e acreditam que os produtos comercializados pelos circuitos curtos são de melhor qualidade que os tradicionais; os indivíduos que buscam um consumo que estabeleça laços interpessoais entre produtor e comprador; e um grupo mais engajado que acredita que o apoio aos circuitos curtos é uma forma de luta contra a hegemonia dominante do sistema de produção e um ato de consumo cidadão que estabelece vínculo e compromisso com os agricultores. Naturalmente, para cada uma das experiências e dos grupos propostas haverá uma diversidade de consumidores que não é possível enquadrar em caixas, mas acreditamos que essa classificação apresenta

um perfil geral da maior parte dos consumidores das experiências, reforçando a tipologia proposta acima. A tabela 02 sintetiza as características de cada grupo:

Tabela 2 - Síntese das características de cada grupo

	Base organizativa	Características
Grupo 1	Intermediários	<ul style="list-style-type: none"> > Empreendimentos com papel de agentes intermediadores; > Objetivo de aumentar a disponibilidade de produtos orgânicos; > Consumidores: baixo engajamento e busca por alimento saudável; > Tomada de decisão centralizada (pelos intermediários); > Foco na relação comercial de compra e venda; > Fortalecimento da pauta da alimentação saudável através do consumo de orgânicos e garantia de escoamento da produção.
Grupo 2	Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> > Redes que visam articular consumidores; > Objetivo de criar pontes entre consumidores e agricultores familiares locais; > Consumidores: buscam laços interpessoais e compromisso com produtores; > Tomada de decisão coletiva, com protagonismo dos consumidores; > Relação de confiança entre produtores e consumidores para viabilização da cesta; > Contribuição ao financiamento da produção/comercialização e fortalecimento dos consumidores na cidade em apoio aos produtores
Grupo 3	Produtores	<ul style="list-style-type: none"> > Instrumentos políticos dos movimentos sociais camponeses; > Objetivo de transformar a realidade do campo e buscar políticas públicas; > Consumidores: identificação com as pautas dos movimentos e maior engajamento político; > Tomada de decisão coletiva, com protagonismo dos produtores; > Relação de compra permeada pelo alinhamento político com as pautas dos movimentos; > Sensibilização quanto à realidade de trabalho no campo e fortalecimento da autonomia e organização dos produtores.

Fonte: Adaptado de Almeida et al., 2020.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ampliação de experiências de venda de produtos orgânicos e agroecológicos é um caminho importante para podermos avançar na construção de um modo alternativo de produção, gestão e comercialização, que avance na consolidação de condições dignas de vida e trabalho aos camponeses no campo brasileiro. A relevância de se aproximar as lutas do campo e da cidade, de ampliar o conhecimento sobre as dificuldades do trabalho rural aos moradores das áreas urbanas é parte importante na luta por políticas públicas que fortaleçam a agricultura familiar e a luta pela reforma agrária.

Entretanto, faz-se mister uma análise qualificada desses empreendimentos no sentido de permitir uma reflexão sobre quais elementos efetivamente contribuem para uma proposta contra-hegemônica e transformadora para o mundo rural, cientes da disputa vigente nessa área, como destaca Caldart (2014, p. 145): “[...] o confronto existente entre camponeses e agronegócio, ou entre agricultura camponesa e agricultura industrial capitalista é um fenômeno real concreto que precisa ser estudado em suas conexões e determinações fundamentais”.

É preciso ter clara a necessidade de se buscar compreender mais profundamente a cultura e a dinâmica social dos camponeses, para que, a partir desse arcabouço, possamos projetar um modo de produção adequado ao seu modo de vida. Como defende Carvalho (2014, p. 19), precisamos consolidar uma visão dos camponeses, por eles e pelos outros, não como indivíduos subalternos que não se enquadram em uma cultura hegemônica, mas como “sujeitos sociais com intencionalidade de se tornarem um modo de produção diferente e não subordinado ao dominante”.

É nesse sentido que a questão da formação se destaca como um elemento fundamental para embasar essa transformação, promovendo tanto um processo de formação técnica e política dos trabalhadores do campo, quanto uma dinâmica de sensibilização e debate entre as pessoas que moram nas cidades, e que precisam conhecer melhor como se dá o processo de produção e comercialização dos alimentos que consomem.

Não foi o intuito deste artigo qualificar as experiências entre boas e ruins, entre transformadores e não transformadoras. A tentativa de categorizar as experiências teve como intuito principal destacar elementos importantes para se construir e refletir sobre empreendimentos relevantes, e talvez contribuir para que estes possam mudar sua prática, buscando uma maior transformação da realidade dos camponeses.

ADDOR, F.; ALMEIDA, L. R. M. Transformation of the agricultural production mode and the role of baskets of organic and agricultural products: a typology proposal. *ORG & DEMO* (Marília), v. 22, n. 1, p. 111-138, Jan./Jun., 2021.

Abstract: The mode of life and production in the Brazilian countryside is deeply marked by the consequences of the implementation of the Green Revolution from the second half of the twentieth century. Rural workers had their work tools, their knowledge and practices expropriated to make room for a system that generates dependence both in production, through the requirement of using pesticides and transgenic seeds, and in commercialization, through the figure of intermediaries, away from dialogue with consumers. In recent years, several experiences have emerged that seek to build alternatives to this established agricultural production mode, mainly reinforcing the role of agroecology and other forms of commercialization capable of resuming the link between countryside and city. In this article, we briefly recall the process of developing these conditions in the Brazilian field, and then discuss the role of the strategy for marketing baskets of organic products in Rio de Janeiro as a way to transform the production model and commercialization of agricultural products. Based on the creation of a typology of these organizations, we seek to highlight the role of those that promote, through this instrument, the technical and political training of rural workers in the sense of transforming their reality.

Keywords: rural production mode; agroecology; commercialization; formation; rural workers

Resúmen: La forma de vida y producción en el campo brasileño está profundamente marcada por las consecuencias de la implementación de la Revolución Verde en la segunda mitad del siglo XX. A los trabajadores rurales se les expropiaron sus herramientas de trabajo, sus conocimientos y prácticas para dar cabida a un sistema que genera dependencia tanto en la producción, por la exigencia del uso de plaguicidas y semillas transgénicas, como en la comercialización, a través de la figura de intermediarios, dejando a esos lejos de los consumidores. En los últimos años han surgido varias experiencias que buscan construir alternativas a este modo de producción agrícola establecido, reforzando principalmente el papel de la agroecología y de otras formas de comercialización capaces de retomar el vínculo entre campo y ciudad. En este artículo, recordamos brevemente el proceso de desarrollo de estas condiciones en el campo brasileño, para luego discutir el papel de la estrategia de comercialización de cestas de productos orgánicos en Río de Janeiro como una forma de transformar el modelo de producción y comercialización de productos agrícolas. A partir de la creación de una tipología de estas organizaciones, buscamos resaltar el papel de quienes promueven, a través de este instrumento, la formación técnica y política de los trabajadores rurales en el sentido de transformar su realidad.

Palabras-claves: modo de producción rural; agroecología; comercialización; formación; trabajadores rurales

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. Combate à monocultura chega à República do Nobel. **Outras Palavras**.

São Paulo, 03 mar. 202. Disponível em: <https://outraspalavras.net/terraeantropoceno/combate-monocultivo-chega-a-cupula-do-nobel/>.

AGA, A. Índia: por que eclodiu grande revolta. **Outras Palavras**. São Paulo, 03 fev. 2021.

Disponível em: <https://outraspalavras.net/mercadosdemocracia/india-por-que-eclodiu-a-grande-revolta/>

ALMEIDA, L. R. M. et. al. Experiências de Comercialização de Cestas da Agricultura Familiar no Rio de Janeiro. **Relatório de pesquisa**. Rio de Janeiro, 2020.

CALDART, R. Reforma Agrária Popular e pesquisa: desafios de conteúdo e forma da produção científica. In: CALDART, R. S.; ALENTEJANO, P. (Orgs.). **MST, universidade de pesquisa**. São Paulo: Expressão Popular, 2014.

CARVALHO, H. M. Desafios para o agroecologista como portador de uma nova matriz tecnológica para o campesinato. Curitiba, 31 jul. 2007. Disponível em: <https://www.fca.unesp.br>

- CARVALHO, H. M. As lutas sociais do campo: modelos de produção em confronto. In: CALDART, R. S.; ALENTEJANO, P. (Orgs.). **MST, universidade de pesquisa**. São Paulo: Expressão Popular, 2014.
- CASTELLANO, F. **Condições para ampliação da comercialização de produtos orgânicos da agricultura familiar na grande Florianópolis/SC**: estudo sobre a organização de uma central de reunião e distribuição de produtos. Porto Alegre: UFRSC, 2012.
- CHRISTOFFOLI, P. I. et. al. Desafios da construção de um movimento popular, socialista e agroecológico: a trajetória do modelo produtivo nos assentamentos do MST no período 1985-2020. In: SANZOLO, D.; ADDOR, F.; EID, F. (Orgs.). **Tecnologia social e Reforma Agrária Popular**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2021.
- FRIGOTTO, G. A cientificidade do conhecimento e os processos coletivos de transformação da realidade social. In: CALDART, R. S.; ALENTEJANO, P. (Orgs.). **MST, universidade de pesquisa**. São Paulo: Expressão Popular, 2014.
- GRANJEIA, J. Alimento orgânico ou agroecológico? Entenda a diferença entre os modos de produção. **Brasil de Fato**. São Paulo, mai. 2018. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2018/05/03/alimento-organico-ou-agroecologico-entenda-a-diferenca-entre-os-modos-de-producao>>. Acesso em: 30 mar. 2021.
- GUHUR, D. M. P. TONÁ, N. Agroecologia. In: CALDART et al. (Orgs.) **Dicionário da Educação do Campo**. São Paulo: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, Expressão Popular, 2012.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Agropecuário**. Agricultura familiar: resultados definitivos, Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação. Brasília, DF: IBGE, 2017.
- INSTITUTO TRICONTINENTAL DE PESQUISA SOCIAL (TRICONTINENTAL). Reforma agrária popular e a luta pela terra no Brasil. **Dossiê n.27**. São Paulo, abr. 2020.
- LAMINE, C. Settling shared uncertainties: local partnerships between producers and consumers. **Sociologia Ruralis**. Oslo, v. 45, n. 4, p. 324-345, 2005.
- MALUF, R. S. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**. Porto Alegre, v. 25, n.1, p. 1-24, 2004.
- NETO, D. N. F. et. al. As “Comunidades que Sustentam a Agricultura” (CSA) no escoamento da produção agroecológica em São Paulo: comercialização, sensibilização e resistência. In: MING, L. C. et al. **Plantando sonhos**: experiências em agroecologia no estado de São Paulo. Feira de Santana: Sociedade Brasileira de Etnobiologia e Etnoecologia, 2018.
- RETIÉRE, M. I. H. **Agricultores inseridos em circuitos curtos de comercialização**: modalidades de venda e adaptações dos sistemas agrícolas. 2014. Dissertação (Mestrado em Ecologia Aplicada) – Interunidades em Ecologia Aplicada, Universidade de São Paulo, Piracicaba.
- RIBEIRO, A. C. T. O desenvolvimento local e a arte de “resolver” a vida. In: LIANZA, S.; ADDOR, F. (Orgs.). **Tecnologia e desenvolvimento social e solidário**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2005, p. 113-125.

REIS, A. T.; MANCIO, D.; MOREIRA, R. C. Agroindústrias e a reforma agrária: da formação capitalista à tecnologia social. In: SANSOLO, D.; ADDOR, F.; EID, F. (Orgs) **Tecnologia social e Reforma Agrária Popular**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2021.

UENO, V. A. et al. Estratégias de comercialização da agricultura familiar: estudos de caso em assentamentos rurais do estado de São Paulo. In: **Anais.... SIMPÓSIO SOBRE REFORMA AGRÁRIA E QUESTÕES RURAIS, 30 anos de assentamentos na Nova República: qual agricultura e qual sociedade queremos?**, 7., 2016, Araraquara: UNIARA, 2016. p. 14.

Submetido em: 31/03/2021

Aceito em: 16/06/2021